



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2019

Sommières, le 7 septembre 2020



COMPTE-RENDU D'ACTIVITÉS 2019



✓ Accueil du public

OT

8 740 contacts
renseignés (-8%)

Point info Calvisson
30 contacts en moy.
par dimanche matin

Site internet OT

448 044 pages vues
(+ 58% p/à 2018)

79 394 nouveaux utilisateurs
(+ 800 p/à 2018)

62% connexions mobiles

88 000 clics environ pour
accéder au site via Google

Nombre de nuitées
(adultes déclarés)

170 205 nuitées
(+ 47 205 nuitées p/à 2018)

[Pour rappel : panier
moyen Gard =
50 €/jour /pers]



Zoom sur l'accueil hors les murs

>> Animation du point d'information à Calvisson : mise à disposition d'un local aménagé les dimanches matins : fréquentation majoritairement locale (tourisme de proximité entre Calvisson – Nîmes). Mi-juin à mi-septembre

>> A la rencontre des visiteurs dans la cité médiévale, lors d'évènements en semaine, lorsque la fréquentation dans l'OT était moindre.

>> Recrutement de deux saisonnières pour l'accueil à l'OT et hors les murs.





✓ Edition et diffusion des documents



✓ Création d'un nouveau support : Guidizz

>> Le parcours historique de la cité médiévale sur une application mobile, à télécharger gratuitement par les touristes et les locaux. Des rubriques comme l'« agenda » et les « informations pratiques » y ont été incluses.

234
téléchargements
(128 android,
106 apple)



✓ Promotion et communication

RADIOS

MAILING

RELATIONS
PRESSE

WEB

>> Une large **diffusion de l'information** via nos partenaires

>> **Partenariat avec des radios Radio France Bleu Gard Lozère et Interval :**

- agenda du week-end ou de la semaine, à l'année
- reportages 5 coups de cœur « sites » + 3 émissions « villages » en direct et sur les réseaux sociaux, avec Radio France Bleu GL

>> Participation à un **accueil presse** en collaboration avec le CRT Occitanie et Gard Tourisme : TO étrangers (indien, belge, allemand)

>> Reportage photos « Qualité Occitanie Sud de France : OT et son équipe

>> Un investissement significatif sur les **réseaux sociaux**



✓ Les réseaux sociaux

Des **vecteurs incontournables** pour la communication et la promotion
(Chiffres fin 2019)



6 220 abonnés de la page, soit **+ 650 sur l'année**
1 794 membres du groupe, soit **+ 600**



2 350 followers, soit **+ 300**
> Des fidèles qui partagent systématiquement avec le
#paysdesommieres +++



800 abonnés
> Les tweets concernant L. Durrell : +++

Veille permanente pour plus de visibilité :
publications, s'adapter aux nouvelles tendances (2019 :
important changement des algo-rythmes) et suivre les
comportements de sa communauté. Nouveau format : Stories.



✓ **Facebook : le plus adapté à notre cible, des impacts significatifs**

Chiffres-clés fin 2019

PAGE DESTINATION



185 publications (3x minimum par semaine)

2 162 utilisateurs en moyenne ont vu une publication facebook de l'OT sur leur écran en 2019.

162 utilisateurs uniques en moyenne se sont engagées sur nos publications (réactions, commentaires, partages, clics), sur les publications de l'OT.

30 000 interactions sur le total des 185 publications réalisées en 2019 (3 publications minimum par semaine) = Contacts intéressés.



✓ Une équipe formée

>> 3 formations intra-entreprise fin 2019 (avec l'AFDAS) :

Ecrire pour le web - Concevoir un reportage vidéo via un smartphone (vidéo effectuée pour le Salon de Bruxelles 2020) - Marketing stratégique pour accompagner les socio-pros.

>> **Participation aux Rencontres E-tourisme** à Pau et au Campus de l'Innovation Touristique (CRT Occitanie)

✓ Une équipe impliquée à l'échelle départementale

>> **Janvier 2019** : participation au groupe de travail : « Chemin des Huguenots dans le Gard »

>> **Fin 2019** : début des ateliers participatifs et de collaboration avec Gard Tourisme, dans le cadre de la préparation de la stratégie marketing (réflexion à des produits touristiques courts-séjours...)

>> **Participation à des audits blancs « Qualité »** chez des confrères OT, en collaboration avec la FDOT

>> **Participation à la Commission Chambre d'hôte Référence**



✓ L'animation des Socio Pro partenaires

>> Autour de 2 évènements officiels (relations publiques)

12 juin 2019 : Lancement saison (moment d'échange prévu entre partenaires)

20 septembre 2019 : Lancement de l'application mobile Guidizz

>> Autour du classement « Meublé de tourisme » et « Chambre d'Hôte Référence »

Sensibilisation des partenaires : newsletter pour informer de la prise en charge des frais pour un premier classement par la CCPS, rencontres.

>> Autour d'une démarche qualifiante en faveur du développement territorial : Vignobles et Découvertes, à l'initiative du PETER Vidourle Camargue.

Mission participative de l'équipe : recrutement, sensibilisation et mise en réseau des partenaires, participation aux réunions de travail et gestion administrative.

>> Autour de la formation

Mise en place d'un atelier numérique en partenariat avec la CCI du Gard : Google My Business



✓ Le renouvellement du classement préfectoral Catégorie II

>> Arrêté publié le 9 septembre 2019 : un OT classé depuis plus de 25 ans

Le professionnalisme de l'équipe et le soutien des élus

Une reconnaissance officielle,

Une garantie pour les visiteurs et les partenaires quant à la cohérence et à l'homogénéité des services,

Une étape préalable pour aller plus loin dans des démarches qualifiantes.



Également : Participation de l'Office de Tourisme au montage du dossier « Sommières, commune touristique », valable pour le 5 prochaines années.

✓ Le renouvellement du label Tourisme et Handicap obtenu - décembre 2019





✓ Les activités rémunérées

>> **27** visites guidées

Près de 1 000 personnes

Volume de travail : environ 100 heures

= **Recettes : 3 994 € (+ 700 €)**

>> **324** cartoguides vendus

Contre 180 en 2018 (problème rupture stocks)

= **Recettes : 324 € (CA : 1 619 €)**

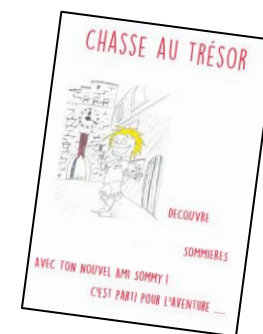
>> **213** permis de pêche vendus
(contre 205 permis en 2018)

= **Commission 164 €**

Chasse au trésor = Recettes : 315 €

Sous forme de livret, vendu avec crayons de couleurs et diplôme

Tarif à l'unité : 3,00€ / 5,00€ les deux *Création et contenus : OT*





LE COMPTE-RENDU FINANCIER

PRÉSENTÉ PAR M. ALRIC



SITUATION EXCEPTIONNELLE POUR L'OFFICE DE TOURISME EN 2020



L'élaboration du budget prévisionnel et du plan d'actions a été fortement bousculée, en raison de la situation exceptionnelle du COVID-19

1. Des actions réadaptées et menées pendant et après le confinement (veille, communication axée sur les supports web de l'OT, formations de l'équipe, accompagnement des partenaires pro)
2. Des restrictions budgétaires. Impacts sur les charges du personnel saisonnier (pas de recrutement pour la saison) et sur la promotion/communication
3. Aide exceptionnelle pour le financement du guide d'accueil 2020 (soutien relance) : Prise en charge par la Communauté de Communes des sommes liées aux encarts publicitaires des partenaires.